

Informe Tarjeta Uruguay Social

Componente Alimentario

MIDES, MTSS-INDA, MSP, ASSE

Comisión Interinstitucional Central del Componente Alimentario del

Gabinete Social

(CICCA)

Marzo, 2012

INDICE.

I.- Introducción.....	4
II.- Antecedentes.....	6
1. Creación de la Tarjeta – Plan Nacional de Atención a la Emergencia Social (PANES).....	6
2. Del Plan Nacional de Atención a la Emergencia Social al Plan de Equidad.....	7
III.- La Tarjeta Uruguay Social hoy. La Reforma Social.....	9
1. Qué es la Tarjeta Uruguay Social.....	9
2. Objetivos de la Tarjeta Uruguay Social.....	10
3. Población objetivo de la Tarjeta Uruguay Social. Componente alimentario.....	10
4. Criterios de ingreso al Programa.....	12
5. Fortalezas de la Tarjeta Uruguay Social.....	12
6. Bancarización de la población.....	13
7. Formalización de comercios.....	14
8. Montos.....	14
IV.- Red de Comercios Solidarios.....	17
V.- Ejecución Presupuestal 2011.....	20
VI.- Análisis de la Implementación del Componente Alimentario.....	22
1. Consideraciones metodológicas.....	23
2. Análisis de los resultados.....	26
2.1. Análisis de las categorías de alimentos.....	28
3. Leche Fortificada con Hierro.....	32
VII.- Desafíos.....	34
1. Estrategias educativas que orienten el gasto hacia un consumo saludable y nutritivo.....	34
2. Pasaje de Canastas de Riesgo Nutricional y Enfermos Crónicos del INDA a modalidad de Tarjeta.....	35
3. Tarjeta para personas privadas de libertad que participan de programas laborales del PNEL.....	35
4. Canasta de Servicios.....	36

5. Ferias.....	37
6. Descuento del IVA.....	37
VIII.- Algunas reflexiones finales.....	39
IX.- Referencias Bibliográficas.....	42
X.- Anexos.....	44
1. Marco Normativo.....	44
2. Tabla de porcentajes de gasto de la totalidad de los artículos.....	44

I.- Introducción.

La Tarjeta Uruguay Social (TUS), en su componente alimentario, es una herramienta que contribuye a disminuir la situación de inseguridad alimentaria a través de la mejora en el acceso a los alimentos de los hogares en situación de indigencia y los sectores de la pobreza más vulnerables a la misma.

De acuerdo a la definición adoptada por FAO: *“Existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen, en todo momento, acceso físico, social y económico a alimentos suficientes, inocuos y nutritivos que satisfacen sus necesidades energéticas diarias y preferencias alimentarias para llevar una vida activa y sana”*.

En este entendido, la Seguridad Alimentaria y Nutricional, comprende cuatro dimensiones:

- La DISPONIBILIDAD de los alimentos (producción, importación).
- El ACCESO a los alimentos (físico, económico y social).
- El CONSUMO de los alimentos (preferencias, pautas del hogar, etc.).
- La UTILIZACIÓN BIOLÓGICA de los alimentos (salud, saneamiento, agua).

El acceso a los alimentos se refiere principalmente a la capacidad de las personas para adquirir los alimentos disponibles y es considerado la principal causa en los cuadros de inseguridad alimentaria de la mayoría de los países en desarrollo.

Tal como es mencionado en la Declaración de FAO en Roma sobre la seguridad alimentaria (1996): *“la pobreza es una causa importante de la inseguridad alimentaria, y el progreso sostenible en su erradicación es fundamental para mejorar el acceso a los alimentos.”*¹ Así como la democracia, la promoción y protección de todos los derechos humanos y libertades fundamentales, inclusive el derecho al desarrollo, y la participación plena y equitativa de hombres y mujeres son indispensables a fin de alcanzar la seguridad alimentaria sostenible para todos.

El componente alimentario de la TUS es un instrumento del gobierno nacional, cogestionado por el Ministerio de Desarrollo Social junto al Ministerio de Trabajo y

¹ FAO (1996) Declaración de Roma sobre la Seguridad Alimentaria Mundial. Cumbre Mundial sobre la Alimentación, 1996. Recuperado el 26 enero de 2012 en: <http://www.fao.org/docrep/003/w3613s/w3613s00.htm>

Seguridad Social a través de su Instituto Nacional de Alimentación, el Ministerio de Salud Pública y la Administración de Servicios de Salud del Estado, que con diferentes miradas la enriquecen y potencian.

II.- Antecedentes.

1. Creación de la Tarjeta – Plan Nacional de Atención a la Emergencia Social (PANES).

Entre 2005 y 2007 se instauró desde el Ministerio de Desarrollo Social el Plan de Atención Nacional a la Emergencia Social, esta fue una política macro que comenzó a dar respuestas a la emergencia social de los hogares en extrema pobreza o indigencia y vulnerable a la misma.

Abarcó un amplio espectro de intervenciones de base no contributiva, siendo uno de sus siete componentes el Plan Alimentario Nacional (PAN), el cual incluyó la creación, en mayo de 2006, de un instrumento innovador en la región: una transferencia monetaria en formato de banda magnética, con destino a la adquisición de alimentos y artículos de limpieza y aseo personal para los hogares en situación de indigencia y pobreza vulnerable a la indigencia. De la misma se beneficiaron aquellos protagonistas del PANES con menores de 18 años a cargo y/o embarazadas.

Hasta la introducción de esta tarjeta, las prestaciones alimentarias en Uruguay se habían basado exclusivamente en comedores y canastas de alimentos compuestas por víveres secos. La tarjeta presenta, como se verá, ventajas en relación con estas modalidades, dado que otorga una mayor libertad para realizar compras dentro de un estándar muy amplio de alimentos y también permite adquirir alimentos frescos y artículos de limpieza. El uso de la tarjeta para compra de cigarrillos, alcohol y bebidas refrescantes está expresamente prohibido.

Todas las acciones ejecutadas en el marco del PANES (tarjeta de alimentación, entre otras), fueron diseñadas e instrumentadas de una manera congruente y coordinada, no sólo entre sí, sino con especial preocupación en vincular la atención de la emergencia con las políticas más estructurales, permanentes y universales.

Los resultados e impactos del PANES fueron expuestos en distintas ocasiones por el gobierno (en especial por el Ministerio de Desarrollo Social), la Universidad de la República, el Banco Mundial y por otras instituciones públicas y privadas. En todos los casos, el impacto ha sido altamente positivo, puesto que, el fuerte descenso de los

valores de indigencia o extrema pobreza en los primeros tres años (2005-2007), donde pasamos del 3,9% al 2,0% se explica en gran medida por el Plan de Emergencia y el Ingreso Ciudadano como uno de los siete componentes principales del mismo. En efecto, la transferencia monetaria, que alcanzó en el transcurso de la aplicación del PANES a unos 100.000 hogares (88.000 de manera simultánea), junto a la Tarjeta Alimentaria lograron mitigar y mejorar la situación de dicha población, lo que indica la tendencia a la reducción sustantiva de los niveles de pobreza extrema.

2. Del Plan Nacional de Atención a la Emergencia Social al Plan de Equidad.

En 2008, luego de la finalización del PANES, se comenzó a implementar el Plan de Equidad. De esta forma, a partir de mayo de 2009 se incorporaron como beneficiarios a los titulares de las canastas de Riesgo Social del Instituto Nacional de Alimentación (INDA), es decir la tradicional canasta integrada por víveres secos. Esta prestación alimentaria tenía una alta complejidad en la logística y altos costos asociados, y a su vez no permitía el acceso a víveres frescos.

El Plan de Equidad concebido como política de desarrollo social de largo aliento tuvo dos componentes principales. Por una parte engloba las reformas estructurales impulsadas (Reforma Tributaria, Reforma de la Salud, etc.) por otra el componente de Red de Asistencia e Integración Social que involucra un conjunto de medidas y acciones aprobadas por el Poder Ejecutivo y acordadas con otros organismos públicos a través del Gabinete Social y del Consejo Nacional Coordinador de Políticas Sociales, a saber: prestaciones sociales no contributivas, políticas de educación y atención a la infancia y adolescencia, trabajo promovido, política de seguridad alimentaria y otras acciones de integración social.

El componente alimentario conjuga dos objetivos de intervención estratégica del Plan de Equidad: su papel de asistencia a los sectores en condición de vulnerabilidad socioeconómica (que complementa las otras acciones previstas en el componente de la Red de Protección Social) y el rol esencial de seguridad alimentaria.

De modo que la inicial Tarjeta PANES, pasa de ser una herramienta gestionada únicamente por el MIDES a transformarse en una herramienta del gobierno nacional,

cogestionada además por otros organismos, que con diferentes miradas la enriquecen y potencian: MIDES, MTSS-INDA, MSP y ASSE. Dicho trabajo interinstitucional tiene su marco normativo en el Convenio firmado el 30 de abril de 2009 que crea la CICCA (Comisión Interinstitucional Central del Componente Alimentario del Gabinete Social), integrada por representantes de los cuatro organismos.

III.- La Tarjeta Uruguay Social hoy. La Reforma Social.

La Reforma Social se inscribe en la estrategia de mediano y largo plazo ya definida en el Plan de Equidad cuando se asume el desafío de la construcción de una nueva matriz de protección social “(...) capaz de ofrecer las respuestas integrales a los dilemas que la sociedad uruguaya enfrenta. El conjunto de las políticas económicas, el actual sistema tributario, el crecimiento sostenido del PBI, las políticas de estímulo a la inversión y la generación de empleo - entre otros vectores - concurren a consolidar una estrategia de desarrollo humano que conjugue crecimiento económico con justicia social”².

El objetivo de la Reforma Social es, entonces, asegurar el pleno ejercicio de los derechos de todas y todos los habitantes del Uruguay en condiciones de igualdad: por ello inclusión, integración e igualdad son tres escalones de un mismo proyecto. La trayectoria es “de la inclusión a la igualdad pasando por la integración social”³.

Los ejes estratégicos de la Reforma se centran entre otros temas, en las iniquidades al inicio de la vida y en la Seguridad Alimentaria, enmarcándose allí esta herramienta que permanece, enriqueciéndose con nuevas acciones.

1. Qué es la Tarjeta Uruguay Social.

Es una tarjeta prepaga con formato de banda magnética utilizada para la adquisición de alimentos, artículos de higiene personal y del hogar, así como productos y servicios que contribuyen al proceso de inclusión e integración social. La tarjeta, a su vez, abre un canal de información y comunicación con los hogares.

² *La reforma Social “características generales”*, Daniel Olesker, Columna Zoom MIDES 06, 29 de setiembre 2011 en: http://www.mides.gub.uy/innovaportal/v/13653/3/innova.front/columna_nº_6_-_la_reforma_social:_caracteristicas_generales

³ Idem.

2. Objetivos de la Tarjeta Uruguay Social.

Objetivo general:

- Asistir a los sectores en condición de vulnerabilidad socio económica.

Objetivos específicos:

- Mejorar el acceso a los alimentos, permitiendo la autonomía en su selección de acuerdo a los gustos, necesidades y características de cada núcleo familiar.
- Mejorar el acceso a artículos de higiene personal, limpieza del hogar y otros artículos y servicios imprescindibles.
- Aportar a la atención de la seguridad alimentaria y nutricional en etapas claves de la vida.

3. Población objetivo de la Tarjeta Uruguay Social. Componente alimentario.

La población objetivo del programa son los hogares en estado de indigencia o vulnerables al mismo, priorizando aquellos hogares con menores de 18 años. Para ello, se dispone de un instrumento que permite determinar con la mayor exactitud posible si un hogar cumple, o no, con las características requeridas para ser beneficiario del programa.

El Instituto de Economía (IECON) de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República (UDELAR) junto al MIDES construyó este instrumento, denominado Índice de Carencias Críticas (ICC), que asigna un puntaje a cada hogar postulante según sus características.

El Índice de Carencias Críticas (en forma de algoritmo) consiste en una combinación y ponderación de distintas características no monetarias de los hogares que dan cuenta de su grado de vulnerabilidad.

El objetivo del ICC es traducir a una expresión numérica la situación socioeconómica de cada núcleo familiar, realizando una valoración integral de la misma. Esto permite realizar un abordaje a una cantidad muy grande de casos, a la vez que proporciona transparencia al proceso y un pie de igualdad para la población evaluada, al dejar de lado las discrecionalidades que puede tener un abordaje netamente cualitativo.

En caso de presentarse situaciones sociales atípicas que deban ser consideradas por criterios estrictamente cualitativos, se procederá a través de informes sociales calificados, que den cuenta de las mismas para su consideración. En este sentido y por reciente resolución ministerial, se aprobó el beneficio para adultos sin menores en similar situación de indigencia, acreditada mediante el correspondiente relevamiento de la situación del hogar.

El total de personas involucradas en diciembre de 2011 en los 78.117 hogares beneficiarios de la TUS fue de 269.085 personas. Este cálculo se realiza tomando en cuenta la cantidad de menores en el hogar más el titular de la TUS; un análisis de todo el núcleo familiar arrojaría una cifra superior.

Promedio anual de beneficiarios						
Integrantes	1 menor	2 menores	3 menores	4 o más menores	Ajustes y cargas parciales⁴	Total
Cantidades	20.962	24.181	16.967	16.297	695	79.102
Porcentajes	26,5 %	30,6 %	21,4 %	20,6 %	0,9 %	100 %

Hogares Beneficiarios por mes 2011						
Mes	1 menor	2 menores	3 menores	4 o más menores	Ajustes y cargas parciales	TOTAL
Enero	20536	23770	16928	16686	709	78629
Febrero	21255	24751	17512	17278	662	81458
Marzo	21525	24938	17609	17290	661	82023
Abril	20755	24119	17089	16667	225	78855
Mayo	20876	24229	17122	16641	890	79758
Junio	20976	24339	17221	16707	1106	80349
Julio	21328	23903	16600	15768	704	78303
Agosto	21163	24099	16611	15674	449	77996
Septiembre	21076	24131	16696	15738	488	78129
Octubre	20839	23995	16755	15744	630	77963
Noviembre	20579	23907	16730	15685	746	77647
Diciembre	20641	23986	16735	15688	1067	78117
Total (promedio)	20962	24181	16967	16297	695	79102

⁴ Los "Ajustes y cargas parciales" corresponden a cargas de tarjetas que se entregan por primera vez, así como a reclamos realizados por los titulares por falta de carga o por una carga inferior a la correspondiente.

El ingreso al programa se realiza a través de dos vías, una de ellas es con la solicitud directa de la población atendida a través de las oficinas del MIDES, y la otra es a partir de la selección de los hogares más vulnerables socioeconómicamente a partir de datos socio demográficos o de la información disponible en otros programas del Plan de Equidad, como es el caso de las Asignaciones Familiares (AFAM PE).

Una vez procesada la solicitud o seleccionados los hogares se realiza una visita por parte del equipo de la Unidad de Seguimiento de Programas (USP) de la Dirección Nacional de Evaluación y Monitoreo (DINEM). En dicha visita se aplica un formulario estandarizado, cuya digitación permite correr el algoritmo y establecer el Índice de Carencias Críticas (ICC) de cada hogar.

Como ya dijimos, el ICC es un indicador construido en conjunto entre el MIDES y el Instituto de Economía (IECON). Existe desde el PANES, y ha tenido varios ajustes como resultado de la evaluación y seguimiento de su aplicación, con el objetivo de mejorar su funcionamiento.

El resultado de aplicar el algoritmo del ICC es una cifra entre 0 y 1. Cuanto más próximo sea el valor resultante a 1, más vulnerable es la situación del núcleo familiar. En el caso del programa TUS, luego de realizada la visita, aplicado y digitado el formulario y corrido el algoritmo, el núcleo tendrá una resolución positiva y pasará a ser beneficiario del programa, o tendrá resolución negativa y no será beneficiario.

4. Fortalezas de la Tarjeta Uruguay Social.

- 1- Puesta en marcha de un instrumento moderno e inclusivo, que prioriza la libre elección de los usuarios.
- 2- Compra de alimentos frescos y con cadena de frío.
- 3- El dinero se gasta en comercios formalizados y parte de lo invertido vuelve bajo la forma de impuestos.
- 4- Potencia a comercios de pequeño porte, los que mejoran sus instalaciones y brindan empleo.
- 5- Se cuenta con información estadística detallada sobre qué se adquiere, quién, dónde, cuándo, en qué cantidades, brindando información por zona,

departamento, etc., permitiendo así absoluta trazabilidad del consumo realizado por los titulares. Permite monitorear la compra de alimentos específicos, por ejemplo, en los departamentos fronterizos en comparación con el resto del país.

- 6- Buena articulación entre las instituciones públicas y privadas, así como con otros programas de inclusión social.
- 7- Permite enviar mensajes a los beneficiarios a través de los tickets de compra, dando lugar a un nuevo medio de comunicación.
- 8- Se resuelven rápidamente situaciones imprevistas (eficiente y ágil herramienta para ayudar damnificados en casos de crisis: cargas extraordinarias ante inundaciones, por ejemplo).
- 9- Es una herramienta versátil que puede incorporar otros servicios (por ejemplo: agua, energía eléctrica, supergás).
- 10- Permite trabajar en planes de nutrición nacionales, departamentales, por grupos etarios, etc.

5. Bancarización de la población.

La bancarización puede definirse como el nivel de acceso que tiene la población de un país a los productos y servicios que ofrecen las instituciones financieras. Al ser titular de una TUS, se es también titular de una cuenta a través del Banco de la República Oriental del Uruguay (BROU). A su vez, los titulares de pequeños comercios, para ingresar al sistema como Comercio Solidario, deben abrir una cuenta corriente en el BROU. Éstos reciben sus pagos dentro de las 48 hs. de realizada la venta, a diferencia de las demás las tarjetas que existen en plaza. Entre otras ventajas a destacar, la bancarización:

- Potencia las capacidades productivas de los más pobres (microcréditos, cooperativas, etc.) propiciando la inclusión social y financiera.
- Impulsa el desarrollo económico.
- Incorpora a la población en el circuito económico formal.

- Sobre todo, dignifica y democratiza, incluyendo a la población más excluida y vulnerable a prácticas comunes para el resto de la población. Estimula la defensa de los derechos que se tienen como consumidores.
- Reduce el uso de efectivo en las operaciones corrientes logrando un impacto positivo en la seguridad, producto de la disminución de dinero circulante.

6. Formalización de comercios.

Como ya se señaló, para ingresar al sistema los pequeños comercios de medianía deben regularizarse, abriendo también una cuenta y pagando los tributos correspondientes. Con la conformación de una red de Comercios Solidarios se busca generar un espacio para la instrumentación de las políticas sociales que se vehiculen a través de la Tarjeta Uruguay Social, promoviendo a su vez la regularización de micro y pequeños comercios barriales y su fortalecimiento al definirlos como ámbito de inversión de las políticas de transferencias monetarias.

El Comercio Solidario debe ver en las transacciones realizadas con la Tarjeta Uruguay Social más que una mera transacción comercial. Debe comprender que se trata de la aplicación de una Política Social dirigida a aquellos hogares que han visto sus derechos vulnerados, y por lo tanto debe ver a los titulares de la Tarjeta como sujetos de derecho, contribuyendo a su inclusión e integración social.

7. Montos.

El monto de dinero que se acredita en la TUS depende de la composición del núcleo familiar, para lo que se establecieron cuatro franjas: 1 menor, 2 menores, 3 menores y 4 o más menores. Desde febrero de 2012 comenzó a implementarse una modalidad de TUS dirigida a hogares sin menores, a la cual se le acredita el monto equivalente a la franja de un menor.

El programa comenzó en 2006 entregando \$300 a los hogares con 1 menor, \$450 a los hogares con 2 menores, \$600 a los hogares con 3 menores y \$800 a los hogares con 4 o más menores. Los montos asignados a las franjas fueron aumentándose periódicamente hasta llegar a los montos vigentes en 2011: \$523 a los hogares con 1

menor, \$793 a los hogares con 2 menores, \$1.009 a los hogares con 3 menores y \$1.406 a los hogares con 4 o más menores. Está previsto que a partir de julio de 2012 se aplique un aumento del entorno del 16%⁵.

En total, desde mayo de 2006 hasta la fecha, el aumento total de los montos de la tarjeta, fue del entorno del 73,61%.

Montos por franja TUS 2006 – 2011					
Fecha de aplicación	may-06	jul-08	jul-09	feb-10	jul-10
Franja	Monto	Monto	Monto	Monto	Monto
1 menor	300	435	479	489	523
2 menores	450	660	726	741	793
3 menores	600	840	924	943	1.009
4 o más menores	800	1.170	1.287	1.314	1.406

Según lo pautado por la Ley 18.719 de Presupuesto Nacional Período 2010-2014 (art. 617), se asignan partidas presupuestales a los efectos de comenzar con el proceso de duplicación del monto de los 30 mil hogares beneficiarios de la TUS que se encuentran en situación de mayor vulnerabilidad socioeconómica, planteado en 2 etapas: los primeros 15 mil en 2011 y los 15 mil restantes en 2012.

Los siguientes cuadros brindan información sobre la cantidad de beneficiarios de la TUS según el monto que se les acredita, distinguiendo a aquellos que reciben el monto simple de aquellos que lo reciben duplicado, así como información sobre las transferencias.

Monto mensual según composición del Hogar (\$)				
Integrantes	1 menor	2 menores	3 menores	4 o más menores
Monto Simple	523	793	1.009	1.406
Monto Duplicado	1.046	1.586	2.018	2.812

⁵ Este aumento incluye el ajuste pendiente de julio de 2011 y el de julio de 2012.

Porcentaje de beneficiarios por cantidad de menores en el núcleo					
Composición y Cargas		Promedio anual (beneficiarios)	Total franja (beneficiarios)	Porcentaje	Porcentaje total franja
1 menor	Carga simple	18866	20962	23,85%	26,50%
	Carga duplicada	2096		2,65%	
2 menores	Carga simple	20836	24181	26,34%	30,57%
	Carga duplicada	3344		4,23%	
3 menores	Carga simple	13581	16967	17,17%	21,45%
	Carga duplicada	3386		4,28%	
4 o más menores	Carga simple	10453	16297	13,21%	20,60%
	Carga duplicada	5844		7,39%	
Ajustes y cargas parciales		695	695	0,88%	0,88%
TOTAL		79102		100%	100%

Beneficiarios por mes 2011										
Mes	1 menor		2 menores		3 menores		4 o más menores		Ajustes y cargas parciales	TOTAL
	Carga simple	Carga doble	Carga simple	Carga doble	Carga simple	Carga doble	Carga simple	Carga doble		
Enero	18465	2071	20434	3336	13525	3403	10489	6197	709	78629
Febrero	19191	2064	21401	3350	14087	3425	11058	6220	662	81458
Marzo	19461	2064	21604	3334	14208	3401	11097	6193	661	82023
Abril	18736	2019	20839	3280	13764	3325	10674	5993	225	78855
Mayo	18852	2024	20978	3251	13778	3344	10686	5955	890	79758
Junio	18965	2011	21099	3240	13846	3375	10757	5950	1106	80349
Julio	19157	2171	20573	3330	13221	3379	10118	5650	704	78303
Agosto	18991	2172	20707	3392	13213	3398	10087	5587	449	77996
Septiembre	18935	2141	20706	3425	13312	3384	10132	5606	488	78129
Octubre	18714	2125	20611	3384	13372	3383	10100	5644	630	77963
Noviembre	18438	2141	20507	3400	13337	3393	10092	5593	746	77647
Diciembre	18487	2154	20577	3409	13313	3422	10146	5542	1067	78117
Total (promedio)	18866	2096	20836	3344	13581	3386	10453	5844	695	79102

IV.- Red de Comercios Solidarios.

La red de Comercios Solidarios alcanzó un total de 751 comercios en el año 2011 en todo el territorio nacional. A la hora de establecer qué comercios pueden formar parte de la red se utilizan las definiciones previstas por el Poder Ejecutivo para micro, pequeñas y medianas empresas en el Decreto 504/007:

- “MICROEMPRESAS: Son las que ocupan no más de cuatro (4) personas y cuyas ventas anuales excluido el IVA, no superen el equivalente a dos millones (2.000.000) de unidades indexadas (U.I.).
- PEQUEÑAS EMPRESAS: Son las que ocupan no más de diecinueve (19) personas y cuyas ventas anuales excluido el IVA, no superan el equivalente a diez millones (10.000.000) de unidades indexadas (U.I.).
- MEDIANAS EMPRESAS: Son las que ocupan no más de noventa y nueve (99) personas y cuyas ventas anuales excluido el IVA, no superan el equivalente a setenta y cinco millones (75.000.000) de unidades indexadas (U.I.).”

Los Comercios Solidarios son supervisados en forma permanente mediante visitas del equipo afectado a esta tarea. También se da trámite a denuncias de funcionarios, usuarios de la TUS y de ciudadanos en general que detectan presuntos incumplimientos. Las sanciones varían según la entidad de la infracción y van desde observaciones para que se corrija la conducta, suspensiones por un lapso determinado hasta bajas definitivas (rescisión de contrato).

Algunas de las condiciones mencionadas en el contrato establecen que:

- La TUS es intransferible. Sólo puede ser utilizada por el/la titular. Debe solicitarse la presentación de la cédula de identidad para acreditar la titularidad. Sólo en casos de fuerza mayor debidamente justificados, el MIDES extenderá una carta poder para que otra persona, por un período máximo de 6 meses, pueda utilizar la TUS. En estos casos, se deberá solicitar la presentación de esa carta poder para poder operar.
- En ningún caso se puede retener tarjetas.

- La TUS no tiene como fin el retiro de efectivo; es sólo para la compra de alimentos, artículos de higiene y artículos de limpieza.
- El precio de los artículos que se pueden comprar con la TUS debe ser el mismo que para la compra en efectivo.
- La TUS puede usarse en cualquier fecha del mes, siempre que tenga saldo.
- No hay un monto mínimo para la compra.

En el año 2011 se tomaron acciones (en base a informes de denuncias recibidas de infracciones por parte de comercios) que derivaron en la rescisión del contrato de 2 Comercios Solidarios y en la suspensión de otros 5.

A lo largo de 2010 se realizaron visitas a aproximadamente 50 Comercios Solidarios de Montevideo y la Zona Metropolitana con el objetivo de estrechar el vínculo con los comercios, así como de realizar un contralor al funcionamiento de los mismos.

Desde fines de 2011 se comenzó a realizar la planificación de un trabajo de supervisión de todos los Comercios Solidarios. A su vez se trabajó con la Dirección de Evaluación de la DINEM en la elaboración de un formulario de relevamiento para aplicar en cada visita, de forma de que luego pueda sistematizarse la información y trabajar con ella.

Se mantuvieron reuniones con el Área de Defensa del Consumidor, dependiente de la Dirección General de Comercio (DGC) del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). Defensa del Consumidor instruyó al equipo del MIDES sobre el marco normativo referente a los derechos de los consumidores y las obligaciones de los comercios, y lo capacitó para la tarea de visita y contralor. Se alcanzaron acuerdos tanto para el trabajo hacia el contralor de los comercios como para trabajar en torno a la sensibilización de la población beneficiaria de la TUS sobre sus derechos en tanto consumidores y cómo ejercerlos.

El equipo realizó un plan de visitas que prevé tener los más de 700 comercios visitados para junio de 2012. A febrero de este año se han visitado 334 comercios correspondientes a los departamentos de Treinta y Tres, Cerro Largo, Durazno, Florida, Tacuarembó, Soriano, Río Negro, Rivera, Montevideo y Canelones.

En las visitas se han detectado comercios adheridos a la red que no vendían alimentos ni artículos de limpieza, por lo que se procedió a darles la baja. También se detectaron

distintas irregularidades, derivando en la aplicación del procedimiento establecido para ello.

La tarea de supervisión será continua y no busca únicamente controlar y sancionar infracciones sino estrechar el vínculo de los comercios con el MIDES, buscando que estén mejor y más informados.

V.- Ejecución Presupuestal 2011.

La asignación presupuestal del componente alimentario (Apoyo Alimentario, según se designa en Ley 18.719 de Presupuesto Nacional Período 2010-2014) del programa Tarjeta Uruguay Social tuvo una ejecución del 100%.

El total de transferencias realizadas en 2011 alcanzó la cifra de \$1.035.815.924 (mil treinta y cinco millones ochocientos quince mil novecientos veinticuatro pesos uruguayos), el cual se compone de \$1.026.650.288 (por concepto de cargas mensuales a titulares TUS) más \$9.165.636 (por concepto de cargas parciales mensuales producto de ajustes a las cargas mensuales).

Promedio mensual de beneficiarios y transferencias y total anual 2011				
Monto Simple				
Integrantes	Monto (\$)	Promedio mensual beneficiarios	Promedio mensual transferencias (\$)	Total anual transferencias (\$)
1 menor	523	18.866	9.866.918	118.403.016
2 menores	793	20.836	16.523.212	198.278.548
3 menores	1.009	13.581	13.703.565	164.442.784
4 o más menores	1.406	10.453	14.696.918	176.363.016
Subtotal		63.737	54.790.614	657.487.364
Monto Duplicado				
Integrantes	Monto (\$)	Promedio mensual beneficiarios	Promedio mensual transferencias (\$)	Total anual transferencias (\$)
1 menor	1.046	2.096	2.192.852	26.314.222
2 menores	1.586	3.344	5.303.981	63.647.766
3 menores	2.018	3.386	6.832.948	81.995.376
4 o más menores	2.812	5.844	16.433.797	197.205.560
Subtotal		14.671	30.763.577	369.162.924
Ajustes y Cargas Parciales				
Tarjetas		Promedio mensual beneficiarios	Promedio mensual transferencias (\$)	Total anual transferencias (\$)
Subtotal		695	763.803	9.165.636
Total		79.102	86.317.994	1.035.815.924

De dicho monto total, los titulares de la TUS gastaron \$ 1.017.099.330, quedando un total en cuenta para afrontar ejecución de 2012 por \$ 18.716.594.

Créditos mensuales 2011 (\$)

Mes	1 menor		2 menores		3 menores		4 o más menores		Ajustes y cargas parciales	TOTAL
	Carga simple	Carga doble								
Enero	9.657.195	2.166.266	16.204.162	5.290.896	13.646.725	6.867.254	14.747.534	17.425.964	962.265	86.968.261
Febrero	10.036.893	2.158.944	16.970.993	5.313.100	14.213.783	6.911.650	15.547.548	17.490.640	691.903	89.335.454
Marzo	10.178.103	2.158.944	17.131.972	5.287.724	14.335.872	6.863.218	15.602.382	17.414.716	1.015.485	89.988.416
Abril	9.798.928	2.111.874	16.525.327	5.202.080	13.887.876	6.709.850	15.007.644	16.852.316	305.132	86.401.027
Mayo	9.859.596	2.117.104	16.635.554	5.156.086	13.902.002	6.748.192	15.024.516	16.745.460	521.519	86.710.029
Junio	9.918.695	2.103.506	16.731.507	5.138.640	13.970.614	6.810.750	15.124.342	16.731.400	1.721.766	88.251.220
Julio	10.019.111	2.270.866	16.314.389	5.281.380	13.339.989	6.818.822	14.225.908	15.887.800	710.679	84.868.944
Agosto	9.932.293	2.271.912	16.420.651	5.379.712	13.331.917	6.857.164	14.182.322	15.710.644	466.971	84.553.586
Septiembre	9.903.005	2.239.486	16.419.858	5.432.050	13.431.808	6.828.912	14.245.592	15.764.072	480.296	84.745.079
Octubre	9.787.422	2.222.750	16.344.523	5.367.024	13.492.348	6.826.894	14.200.600	15.870.928	675.639	84.788.128
Noviembre	9.643.074	2.239.486	16.262.051	5.392.400	13.457.033	6.847.074	14.189.352	15.727.516	565.160	84.323.146
Diciembre	9.668.701	2.253.084	16.317.561	5.406.674	13.432.817	6.905.596	14.265.276	15.584.104	1.048.821	84.882.634
TOTAL	118.403.016	26.314.222	198.278.548	63.647.766	164.442.784	81.995.376	176.363.016	197.205.560	9.165.636	1.035.815.924

VI - Análisis de la implementación del Componente Alimentario.

Recordamos lo dicho al principio, el objetivo de la TUS radica en ser una herramienta de integración social, contribuir a erradicar la indigencia y reducir la pobreza heredada en 2004, permitir que los hogares en condiciones de vulnerabilidad socio económica accedan a productos de la canasta básica así como a otros servicios básicos y brindarle la posibilidad a los hogares de seleccionar los productos de acuerdo a sus necesidades, gustos y a las características de su núcleo familiar.

Al mismo tiempo al ser la TUS entre un 5% y como máximo en hogares de muy bajos ingresos un 30% del gasto de las familias (que tienen AFAM de un monto similar y otros ingresos) hay que analizar su gasto total y el precio de los bienes comparado con otros comercios como las ferias de frutas y verduras que no tienen POS.

Es decir que no es posible inferir en qué gastan los titulares de la TUS el resto de sus ingresos. Por ejemplo, se pueden dar casos donde los hogares no compren frutas y verduras en la Red de Comercios pero si lo hagan en ferias vecinales. Por ende no es posible desde el punto de vista metodológico analizar el gasto ni realizar políticas alimentarias sólo con el gasto de la TUS, en todo caso sólo contribuir marginalmente a ellas.

Por otra parte con la devolución del IVA esta toma de decisiones se va a incrementar, en función de la visión racional de las personas que concentrarán su gasto alimentario y de productos de higiene en aquellos productos con mayor tasa de IVA para aprovechar al máximo el beneficio de la devolución de dicho tributo.

En tercer lugar, los temas de la orientación nutricional son un tema global de la sociedad uruguaya y para ello se aplican políticas generales, como las orientaciones de la autoridad sanitaria rectora en esta materia que es el MSP, los programas de alimentación y orientación en las escuelas, entre otras estrategias que se complementan con ésta de alimentación ya en el marco del Gabinete Social.

De cualquier manera no siendo un instrumento de orientación nutricional si tiene elementos propios que ayudan en esa política global. En esa perspectiva ingresa la

innovación en este año 2012 donde se incorpora la Leche Fortificada con Hierro, a la que acceden los hogares con menores de 3 años y embarazadas.

El siguiente análisis tiene como objetivo identificar el comportamiento de compras realizadas por las familias beneficiarias de la TUS, mediante una metodología cualitativa de análisis desarrollada por la CICCA, aún en etapa experimental, que establece categorías de grupos de alimentos en relación a su composición nutricional identificándolas con los colores verde, amarillo y rojo, y otras categorías para los productos no alimentarios.

Este estudio aporta insumos para la eventual implementación de acciones educativas, a través de la estimulación o motivación a la hora de la elección de la compra, promoviendo la selección de alimentos de alto valor nutricional.

1. Consideraciones metodológicas.

- **Fuente de datos:** la información de las compras realizadas por la TUS fue proporcionada por la empresa proveedora del software a los Comercios Solidarios (Scanntech) entre los meses de enero y diciembre de 2011. A su vez se cuenta con información financiera proporcionada por el MIDES y el BROU. Es importante destacar que el análisis corresponde a “lo comprado”, por lo que la información que se dispone es parte del “consumo aparente” de alimentos de cada hogar y no el “consumo efectivo”. Las compras de alimentos de cada hogar beneficiario de la TUS refleja el gasto en alimentos en un mes, pero este dato estima sólo por aproximación los alimentos efectivamente consumidos por los miembros del hogar en ese mes, debido a que la compra de alimentos con la TUS representa sólo una fracción del presupuesto del hogar.
- **Período considerado para el análisis:** Para realizar el presente análisis se utilizó la información de las compras realizadas en todo el año 2011. La definición del período de análisis se realizó en función de poder contar con un ciclo completo que contemple las distintas variaciones en el consumo que se manifiestan. De esta forma se elimina el error que puede surgir de analizar solo un período del año en el cual el consumo se ve afectado por distintos factores, entre ellos el

estacional (los patrones de consumo varían, por ejemplo, entre el invierno y el verano, o en zafras, como las fiestas o al inicio de clases).

- **Error conocido:** Los montos totales presentados para el análisis por franja de colores se ven afectados por un error de 3,96%, que se debe a la presencia de compras “mixtas”, es decir aquellas en las que el monto total de la compra es abonado en parte por el crédito disponible en la TUS y en parte en efectivo. Puesto que la transacción es una sola, no es posible distinguir en los datos de compras en los Comercios Solidarios, qué productos fueron abonados en efectivo y cuáles con el crédito de la TUS.

El valor de dicho error se alcanza comparando los datos de compras realizadas con los datos de las transferencias bancarias de las cuentas de los titulares.

El registro de los Comercios Solidarios arroja que en el 2011 los titulares de la TUS gastaron \$1.061.015.296,20, mientras que la información bancaria muestra que el dinero transferido de las cuentas de los titulares a las cuentas de los comercios fue \$1.017.099.329,76. La diferencia es de \$43.915.966,44, lo cual representa un 4,14% del total informado en el análisis por colores.

Información de Comercios	Información bancaria	Diferencia	Error (%)
1.061.015.296,20	1.017.099.329,76	43.915.966,44	4,14%

A pesar de no poder determinar la distribución de ese dinero en las distintas franjas, se puede saber con certeza que las compras de artículos prohibidos (agrupados en el color Marrón, cuya compra con la tarjeta está bloqueada) necesariamente responden a pagos en efectivo, lo cual reduce el error a 3,96% que afecta a los colores verde, amarillo, rojo, azul y negro.

Error (monto)	Error (%)	Gasto en artículos prohibidos	Monto sin productos prohibidos	Error sin productos prohibidos
43.915.966,44	4,14%	1.898.999,20	42.016.967,24	3,96%

A la hora de analizar los datos es necesario tener en cuenta la presencia de este error del cual resulta imposible determinar su distribución entre los colores bajo los que se agrupan los artículos. El error resulta particularmente

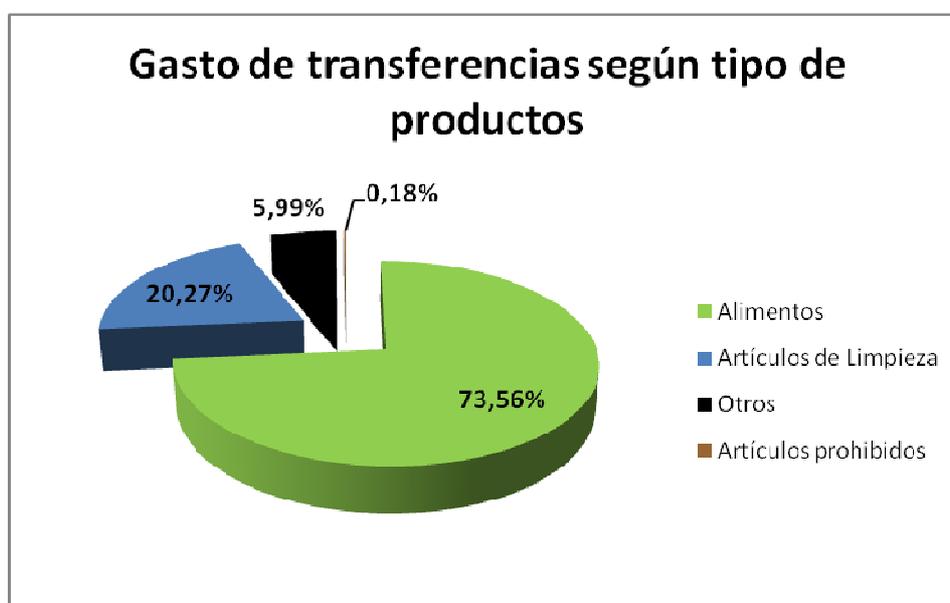
pertinente al momento de analizar el gasto en el rubro “Otros”, agrupado bajo el color negro.

- **Clasificación de los alimentos y otros artículos adquiridos:** para realizar el análisis del perfil de compras con la TUS, los alimentos y demás productos fueron clasificados en las categorías que se presentan a continuación.
 - **Verde:** alimentos naturales o mínimamente procesados con alto valor nutricional que constituyen las bases de una alimentación saludable. Incluye: cereales, leguminosas, carnes rojas y blancas, frutas, verduras, lácteos (a excepción de manteca y crema de leche), aceites, panificados, huevos, agua.
 - **Amarillo:** alimentos procesados que no son imprescindibles para una dieta equilibrada o deben ser consumidos en cantidades moderadas que forman parte del consumo habitual de la población uruguaya. Los principales rubros que integran este grupo son: azúcar y dulces, sal, té, café, cocoa, condimentos y salsas, ingredientes culinarios, grasas, galletas simples dulces y saladas, productos de rotisería, pastas y masas pre-elaboradas, carnes pre-cocidas, enlatados, postres de leche industrializados, helados.
 - **Rojo:** alimentos ultraprocesados, con bajo valor nutricional y alto contenido calórico, y/o de grasas, grasas trans, azúcares libres, sal. Incluye: fiambres y embutidos, paté, snacks, caldos en cubos, golosinas, chocolates, alfajores, galletitas rellenas, bizcochos, jugos en polvo, productos de repostería, turrone.
 - **Azul:** artículos de higiene personal y de limpieza del hogar.
 - **Marrón:** los que actualmente están expresamente prohibidos para la compra con TUS.
 - **Negro:** corresponde a la categoría “otros”.

2. Análisis de los Resultados.

Del total de las compras realizadas con la TUS el 73,56% correspondió exclusivamente al rubro alimentos y el 20,27% a productos de limpieza e higiene personal. Así mismo se observa un gasto de un 5,99% en otros productos que no corresponden ni a alimentos ni a artículos de higiene.

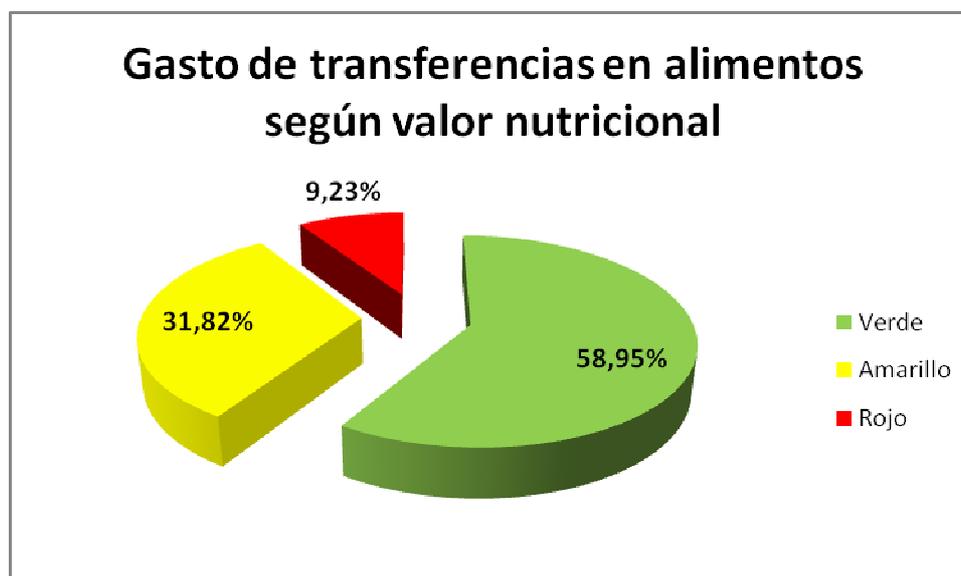
Con respecto a los productos cuya compra no está permitida con la TUS se observa un registro de compras de un 0,18% del total, lo que equivale a un promedio mensual de consumo de \$ 1,9 por titular de la TUS. Cabe recordar, como se menciona en las consideraciones metodológicas, que el pago de estas compras se realiza en efectivo.



Gasto de transferencias según tipo de productos (en\$)			
Alimentos	Artículos de Limpieza	Otros	Artículos prohibidos
780.499.040,44	215.029.364,30	63.587.892,27	1.898.999,20
73,56%	20,27%	5,99%	0,18%

Promedio mensual de gasto según tipo de productos					
Monto Simple (\$)					
Integrantes	Monto	Alimentos	Artículos de Limpieza	Otros	Artículos prohibidos
1 menor	523	385	106	31	1
2 menores	793	583	161	48	1
3 menores	1009	742	204	60	2
4 o más menores	1406	1034	285	84	3
Monto Duplicado (\$)					
1 menor	1046	769	212	63	2
2 menores	1586	1167	321	95	3
3 menores	2018	1484	409	121	4
4 o más menores	2812	2069	570	169	5

Del total de alimentos adquiridos, el 58,95% corresponde a los categorizados en el grupo verde, el 31,82% al grupo amarillo y el 9,23% al rojo. Es decir que casi tres quintas partes de los alimentos adquiridos son los calificados como de alto valor nutricional.



Gasto de transferencias en alimentos según valor nutricional (en \$)		
Verde	Amarillo	Rojo
460.107.503,13	248.357.371,79	72.034.165,52
58,95%	31,82%	9,23%

Promedio mensual de gasto según grupo de alimentos					
Monto Simple (\$)					
Integrantes	Monto	Alimentos	Verde	Amarillo	Rojo
1 menor	523	385	227	122	36
2 menores	793	583	344	186	54
3 menores	1009	742	438	236	69
4 o más menores	1406	1034	610	329	95
Monto Duplicado (\$)					
1 menor	1046	769	454	245	71
2 menores	1586	1167	688	371	108
3 menores	2018	1484	875	472	137
4 o más menores	2812	2069	1219	658	191

Por último, es bueno mencionar que para cada uno de los rubros (con excepción del marrón) existe un porcentaje de compras muy menor donde la trazabilidad disminuye, ya que las mismas se realizan bajo un código de barras genérico, por lo que se puede identificar qué tipo de producto se compró pero no cual producto fue específicamente.

2.1. Análisis de las categorías de alimentos⁶:

A continuación se detallan los 10 alimentos más vendidos según el % de gasto y según las unidades compradas. Se evidencia que este ranking de productos está conformado en su mayoría por alimentos de alto valor nutricional y en menor medida por alimentos como azúcar, yerba y fiambres, alimentos de consumo habitual en la población uruguaya.

⁶ En este análisis se presentan tablas con los 10 productos que reportan el mayor porcentaje según el gasto. Para visualizar los datos completos de todos los productos, referirse al Anexo 2 “Tabla de porcentajes de gasto de la totalidad de los artículos”, pág. 40.

10 Alimentos más vendidos					
Según gasto			Según unidades		
Categoría	Producto	% del gasto total en alimentos	Categoría	Producto	Unidades compradas
Verde	Rubro Comestibles y almacén	9,91%	Verde	Frutas y Verduras	3.623.145
Verde	Carnicería	9,89%	Verde	Carnicería	3.353.061
Amarillo	Azúcar	6,14%	Verde	Fideos	1.662.333
Verde	Fideos	5,51%	Amarillo	Galletas	1.440.405
Amarillo	Yerba	5,32%	Amarillo	Azúcar	1.398.736
Verde	Aceite	5,13%	Verde	Arroz	1.398.731
Verde	Frutas Y Verduras	5,12%	Rojo	Fiambres	1.235.715
Verde	Arroz	4%	Verde	Rubro Comestibles	1.171.659
Rojo	Fiambres	3,41%	Verde	Pan	1.079.189
Amarillo	Galletas	3,29%	Verde	Aceite	993.011

Se debe tener en cuenta que las unidades no corresponden a medidas físicas sino a número de compras realizadas de un producto determinado.

- **Categoría Verde:**

Dentro de los productos más consumidos según el gasto en esta categoría se encuentran las carnes, algunos cereales como fideos, arroz, y harina, los aceites, las frutas y verduras, la salsa de tomate, el pan, el pollo y los lácteos. Aparece también, con un 16,8%, el rubro de comestibles y almacén, del cual no es posible desagregar su composición, ya que constituye las ventas de alimentos a rubro, es decir que presentan un código genérico.

Los productos de carnicería, insumen un 16,8 % del gasto dentro de este grupo, mientras que el pollo y el pescado representan un 3,73% y 1,31% respectivamente. En total las carnes insumen un 22% del gasto de la categoría mientras que las frutas y verduras representan solo un 8,7%. Sin embargo si analizamos los productos más vendidos por cantidad y no por gasto este orden se ve modificado, pasando las frutas y verduras al primer lugar dentro del grupo.

El grupo de cereales en su conjunto, (que incluye fideos, arroz, harinas, polenta, pan rallado, avena, almidón de maíz, sémola, gofio, etc.) representa un 20,5% del gasto en el grupo, resultando el segundo grupo de mayor peso en términos de gasto, aún siendo en su mayoría productos de bajo costo.

El 10,6% del gasto en este grupo es empleado para la compra de lácteos, dentro de los cuales aparece en primer lugar el yogur, seguido por la leche, leche chocolatada y los quesos. El hecho de que el gasto en yogur supere al de la leche común, seguramente responda a su mayor precio por unidad, ya que al comparar ambos productos en cantidades adquiridas, el volumen de leche es mayor.

Cabe destacar que un 1,3% se destina a la compra de leche en polvo, que si bien es un porcentaje bajo, considerando el alto costo de la misma en el mercado, y que se trata de un producto de bajo consumo a nivel general de la población, demuestra que es un producto valorado por las familias.

10 productos con mayor porcentaje de gasto	
Categoría Verde	Porcentaje
Rubro Comestibles – Almacén	16,82%
Carnicería	16,78%
Fideos	9,35%
Aceite	8,70%
Frutas Y Verduras	8,69%
Arroz	6,78%
Salsa De Tomate	4,08%
Pan	3,96%
Pollo	3,73%
Harina	3,40%

- **Categoría Amarillo:**

Los alimentos dentro de esta categoría que representan un mayor componente del gasto son azúcar, yerba, galletas, rotisería, postres de leche, cocoa, alimentos enlatados, mayonesa, dulce de leche y café. Según la Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos de los Hogares realizada por el INE en 2006, gran parte de estos alimentos son adquiridos en forma semanal por un alto

porcentaje de los hogares uruguayos y componen la canasta básica. Por lo tanto este gasto se condice con las pautas de consumo observadas para toda la población.

10 productos con mayor porcentaje de gasto	
Categoría Amarillo	Porcentaje
Azúcar	19,29%
Yerba	16,71%
Galletas	10,33%
Rotisería	5,71%
Postre De Leche	3,93%
Cocoa	3,36%
Enlatados	3,30%
Mayonesa	3,27%
Dulce De Leche	3,05%
Café	2,57%

- **Categoría Rojo:**

Dentro de este grupo se destaca el consumo de fiambres, embutidos y achuras, que en su conjunto representan más del 50%. Estos alimentos, que en su mayoría presentan un alto contenido de sodio, grasas saturadas y colesterol, tal como se expone en el fascículo de la Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos de los Hogares, Los alimentos y las bebidas en los hogares. (INE 2006 p.25-26), son de consumo habitual en los uruguayos.

Cabe resaltar, también, que los jugos en polvo representan un 8,40%, posicionándose a continuación del subgrupo antes mencionado.

10 productos con mayor porcentaje de gasto	
Categoría Rojo	Porcentaje
Fiambres	36,93%
Embutidos y Achuras	10,10%
Panchos	9,04%
Jugos En Polvo	8,40%
Snacks	5,94%
Productos De Repostería	4,54%
Chocolates	4,48%
Caldos en cubo	3,72%
Alfajores	3,38%
Kiosko	2,88%

Tal como se aclara en las consideraciones metodológicas, no es posible realizar, a partir de estos datos, una valoración sobre la alimentación de los beneficiarios del programa. Sin embargo, se puede identificar un patrón de compra valorado en forma positiva, exclusivamente con las compras realizadas con la TUS, ya que se observa que la mayor parte del gasto es destinado a alimentos, y dentro de estos a los categorizados como de alto valor nutricional, sobre todo teniendo en cuenta el contexto actual de nuestro país, en el cual se destaca una alta prevalencia de enfermedades crónicas relacionadas con la dieta. Se reconoce la necesidad de profundizar el trabajo intersectorial para la promoción de hábitos alimentarios saludables, de forma de reducir el consumo de alimentos de bajo valor nutricional y alto contenido calórico, y/o de grasas, grasas trans, azúcares libres, o sal, así como también estimular, a través de diversas estrategias, el consumo de frutas, verduras y pescados, cuyo consumo es bajo a nivel de toda la población. Al mismo tiempo, para mejorar la interpretación de la información, es necesario trabajar con los comercios en la codificación de aquellos alimentos que presentan un código genérico que no permite el desglose.

3. Leche Fortificada con Hierro.

La anemia por deficiencia de hierro es una de las carencias nutricionales más frecuentes en el mundo. En los países en vías de desarrollo los grupos más afectados son los niños y adolescentes, debido a sus mayores requerimientos determinados por el crecimiento, y las mujeres en edad fértil por la pérdida de hierro debida al sangrado menstrual y a las mayores necesidades de este mineral por el embarazo.

Cumpliendo con la Ley 18.071, que, en especial en su artículo 3, establece la fortificación con hierro de la leche que se entrega en los planes de alimentación institucionales, se definió agregar 1 (uno) kg. de leche en polvo enriquecida con hierro (cumpliendo con las proporciones y especificaciones establecidas por el decreto reglamentario de la citada ley) por cada niño/a menor de 3 años y mujer embarazada integrantes del hogar del titular de la TUS por mes. Esta prestación que comenzó a

efectivizarse en 2012, implica un beneficio extra, ya que el costo de la leche no será debitado del monto de la TUS y no podrá ser empleado para la compra de ningún otro artículo.

Esta iniciativa forma parte de una estrategia para disminuir los altos índices de anemia infantil, ratificados por la *“Encuesta de Lactancia, estado nutricional y alimentación complementaria”*⁷ realizada en 2011 que arroja que el 31,5% de los niños de entre 6 meses y 2 años presenta anemia y esta cifra asciende hasta un 39% en niños pertenecientes a los menores quintiles de ingresos, entre los cuales se encuentran los beneficiarios de la TUS.

Por medio de la Unidad Centralizada de Adquisiciones (UCA-MEF) se realizó un llamado a Licitación Pública Nro. 17/2011 para la adjudicación de empresas a los efectos de producir y entregar la Leche MÁS Fortificada con Hierro. Por medio de la Resolución 93/2011, se adjudicó a la empresa Conaprole, asumiendo la responsabilidad de la producción y entrega anual de hasta 420.000 kilos de leche fortificada con hierro a titulares de la TUS que cumplan con las condiciones descritas anteriormente.

El presupuesto asignado para el año 2012 para llevar adelante esta acción es de \$56.000.000 del cual según la adjudicación realizada corresponden hasta \$54.600.000, que será pago en forma mensual a la empresa adjudicada, en base a la cantidad mensual de kilos entregados en la red de Comercios Solidarios. El importe mensual será de hasta \$4.500.000 y la cantidad mensual a adjudicar será de hasta 35.000 kilos. Dicha adjudicación admite la ampliación de hasta un 30% según numeral 2 del Pliego de Condiciones Particulares, Llamado N° 17/2011.

⁷ *Encuesta de Lactancia, estado nutricional y alimentación complementaria, MSP, MIDES, RUANDI, UNICEF, 2011.*

VII.- Desafíos.

“Un camino posible para lograr los objetivos planteados consiste en redimensionar los dispositivos más novedosos del sistema de transferencias. Se analizaron los efectos de una posible ampliación de la Tarjeta Alimentaria. Dada la evolución reciente de los precios de los alimentos, esta constituye un instrumento útil para asegurar a los hogares vulnerables el acceso a bienes alimentarios y a otros bienes básicos. La tarjeta también podría constituir un mecanismo de sostén ante posibles *shocks* de precios sobre estos bienes.”⁸

En función de ello se busca mejorar y ser más eficientes a la hora de lograr algunos de los principales objetivos del gobierno: tender a erradicar la indigencia, aportar en la reducción de la pobreza y mejorar la inclusión e integración social de la población más vulnerable.

1. Estrategias educativas que orienten el gasto hacia un consumo saludable y nutritivo.

Es necesario realizar un trabajo profundo de educación para reforzar un consumo responsable. Una de las medidas pensadas con este fin es el desarrollo de un sistema que identifique claramente a los productos más nutritivos y a aquellos que lo son en menor medida, para promover la adquisición de hábitos alimentarios saludables. A estos efectos resulta relevante el estudio presentado en este informe, que se constituye en una primera aproximación.

Sin embargo, como ya hemos dicho reiteradamente, no es con la TUS exclusivamente que haremos esta estrategia sino combinándola con otras herramientas de política nutricional que corresponden a la autoridad sanitaria, el MSP.

Por otra parte en el segmento de la población excluida fuertemente en los años 90 una acción educativa en este sentido no puede realizarse desde una perspectiva coercitiva

⁸ *Programas sociales y transferencias de ingresos en Uruguay: los beneficios no contributivos y las alternativas para su extensión*; Arim, Rodrigo; Cruces, Guillermo; Vigorito, Andrea; CEPAL; Chile; 2009.

hacia los beneficiarios, sino que deberá efectuarse a través de un mecanismo de estímulo e información que tienda a premiar el consumo saludable y equilibrado.

Para que las acciones educativas sean efectivas, primero hay que garantizar el acceso a la alimentación, cuestionada por tantos años, luego es necesario asegurar a los beneficiarios la disponibilidad y accesibilidad de alimentos de alto valor nutricional en todo el territorio.

2. Pasaje de Canastas de Riesgo Nutricional y Enfermos Crónicos del INDA a modalidad de Tarjeta.

Se está elaborando una propuesta para efectivizar la conversión a la modalidad de tarjeta de los Programas alimentarios del INDA que actualmente atienden población con riesgo nutricional y con enfermedades crónicas a través de la entrega de Canastas de víveres secos.

Dicha propuesta incluye el cálculo del monto en función de una Canasta ideal para compararlo con el valor de las canastas actuales sumando en ellas el costo logístico.

Estas modalidades, por sus especificidades nutricionales, estarían dirigidas a la compra de productos alimenticios principalmente e implica una participación muy activa de todos los integrantes de la CICCA específicamente al organismo rector en materia sanitaria (MSP) y su efector público (ASSE).

Dicho cambio de modalidad implica que los beneficiarios podrán acceder a frutas, verduras, carnes, etc. eliminando por completo el gasto logístico y asegurando que el monto llega directamente a cada beneficiario.

3. Tarjeta para personas privadas de libertad que participan de programas laborales del PNEL.

En el 2011 se trabajó junto al Patronato Nacional de Encarcelados y Liberados (PNEL) en un acuerdo para brindar a hombres y mujeres privados/as de libertad que participaran de convenios laborales del Patronato, a través de la herramienta tarjeta, un complemento de \$523 que podrían destinar a la compra de alimentos y artículos de higiene personal.

Se alcanzó a implementar una primera experiencia piloto en la que participaron 45 reclusos/as de las cárceles de Canelones, Maldonado y Rocha, a través de un convenio laboral entre el PNEL y el Sistema Nacional de Emergencias (SNE) para la limpieza de áreas verdes con riesgo de incendio.

El objetivo de la experiencia es contribuir en la estimulación de los reclusos a que realicen trabajos en provecho de toda la sociedad.

Los/as reclusos/as que contaban con salidas transitorias pudieron hacer uso de la tarjeta directamente en los comercios, mientras que el resto autorizó a un apoderado a realizar la compras.

Actualmente se está trabajando en una evaluación de la experiencia piloto junto con la Dirección de Evaluación de la DINEM, a los efectos de considerar una ampliación de esta iniciativa.

La ejecución de esta experiencia piloto implicó un presupuesto de \$70.605.

4. Canasta de Servicios.

La Canasta de Servicios es una política interinstitucional llevada adelante por el Ministerio de Desarrollo Social (MIDES), el Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM), el Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente (MVOTMA), el Ministerio de Economía (MEF), Presidencia de la República – Plan JUNTOS, Obras Sanitarias del Estado (OSE), Administración Nacional de Combustibles, Alcohol y Portland (ANCAP) y Administración Nacional de Usinas y Trasmisiones Eléctricas (UTE). Consiste en una serie de subsidios destinados a buscar la regularización de los servicios de luz y agua potable y saneamiento de la población vulnerable socioeconómicamente de forma sustentable.

Dicha política tiene varios objetivos:

- Contribuir a la seguridad alimentaria de la población brindando servicios para la refrigeración de los alimentos, la cocción y la inocuidad de los mismos.
- Contribuir a la eficiencia energética, desarrollando acciones educativas, regularizando las conexiones eléctricas, trabajando en la incorporación de la

cultura de pago de los servicios y realizando recambios de electrodomésticos ineficientes a gasodomésticos eficientes.

La intervención será zonal y se trabajará con dos poblaciones: aquella que vive en la zona definida y es beneficiaria de la tarjeta y aquella que no lo es.

La canasta dirigida a beneficiarios de TUS consta de tarifas especiales de UTE y OSE, además de un subsidio que se podrá pagar a través de la tarjeta, 1 garrafa cada 2 meses a la que se suma 1 por mes en invierno, hasta completar 8 recargas anuales, así como el recambio de electrodomésticos por gasodomésticos. La canasta dirigida a los hogares que no son beneficiarios de TUS y viven en la misma zona consiste en tarifas especiales de UTE y OSE.

En todos los casos se hará acompañamiento y seguimiento por parte de un equipo técnico que hará el trabajo de información y sensibilización hacia la adopción de pautas culturales que contemplen el uso eficiente de la energía.

5. Ferias.

Se propone la integración de las ferias a la red de Comercios Solidarios, ampliando el acceso de los titulares de la TUS a alimentos frescos, como frutas y verduras. Para ello está en proceso de diseño la modalidad de pago en las ferias incorporando POS⁹ en las mismas.

Esta propuesta tiene como beneficios estimular el consumo de alimentos frescos y de estación, a través de una mayor oferta y de un acceso más económico a los mismos, así como ampliar la gama de posibilidades de los beneficiarios a la hora de elegir dónde comprar sus productos.

6. Descuento del IVA.

Se encuentra en el Parlamento el proyecto de ley por el cual se efectuará la devolución del 100% de IVA a la población beneficiaria de la TUS. De esta manera se continúa por

⁹ Las terminales a través de las cuales se realizan las transacciones con la TUS, "Punto de Venta" por su sigla en inglés.

el camino de contar con un sistema tributario progresivo aumentando el poder de compra de la población más vulnerable.

Dicha política es posible de instrumentar rápidamente ya que el sistema TUS permite una total trazabilidad de los productos, los beneficiarios se encuentran insertos en el sistema bancario y se trabaja con pequeños comercios formales.

VIII.- Algunas reflexiones finales.

“Los resultados son claros. Si bien el alcance del sistema de protección social en Uruguay era relativamente alto en el contexto latinoamericano antes de la introducción de las reformas, se observaban vacíos sistemáticos de cobertura. Aproximadamente un 20% de los hogares pertenecientes a los tres primeros deciles no percibían transferencias de ninguna naturaleza con anterioridad a la reforma. El PANES redujo esta cifra a la mitad, mientras que las políticas de transferencias permanentes incluidas en el Plan de Equidad (Tarjeta Alimentaria, nuevo régimen de Asignaciones Familiares, Asistencia a la Vejez) llevaron la cobertura a niveles cercanos al 95%. Bajo la hipótesis de mínima cobertura de las Asignaciones Familiares, la falta de cobertura afecta únicamente al 5% de los hogares que se ubican en los primeros dos deciles. En este sentido, es posible afirmar que las políticas de transferencias instrumentadas han avanzado sustancialmente sobre los vacíos de cobertura detectados.

[...]

La medida anunciada por el MIDES sobre el pasaje de beneficiarios de la canasta de alimentos común del INDA a la TUS parece necesaria desde el punto de vista de la unificación y modernización del sistema de transferencias alimentarias uruguayo.

[...]

Las estimaciones realizadas permiten concluir que la expansión de la prestación a conjuntos más amplios de la población sin alterar su monto conduce a una reducción moderada pero significativa de la pobreza y la indigencia”¹⁰.

En suma, esta Comisión considera que el Programa ha sido un avance en relación con las políticas que se venían desarrollando, ya que brinda a los hogares la posibilidad de acceder a productos que la canasta de víveres secos del INDA no le permitía.

Para la realización del análisis del componente alimentario en el presente informe se parte de la premisa de no prohibir el consumo de los alimentos considerados como de

¹⁰ Arim, Rodrigo; Cruces, Guillermo; Vigorito, Andrea; op. cit.

menor valor nutricional. Se plantea, en cambio, moderar su ingesta y combinarla en el marco de una dieta saludable a través de la educación en hábitos alimentarios.

La categorización por colores no pretende “estigmatizar” a los alimentos incluidos en la categoría “rojo”. Como ejemplo, un alimento puede tener un porcentaje elevado de grasas saturadas, pero si su ingesta es ocasional y en un tamaño de porción razonable, su impacto en la ingesta global de grasas saturadas termina diluyéndose. En cambio, la ingesta reiterada de un alimento de menor tenor de grasas saturadas en cantidades superiores a las recomendables puede tener un impacto mayor.

En una dieta saludable importa establecer la proporcionalidad de cada grupo de alimentos para comparar y evaluar el aporte marginal de cada producto de acuerdo con la estructura planteada en las Guías Alimentarias Basadas en Alimentos (GABA) para la población uruguaya (MSP, 2005).

En base a esto, no buscamos ni podemos establecer si la población beneficiaria de la TUS se alimenta bien o mal, lo único que podemos establecer es el patrón de compra con este instrumento, ya que la transferencia monetaria recibida mediante esta tarjeta representa sólo una fracción de lo que gasta cada hogar en alimentación, por lo que no pueden sacarse conclusiones sobre hábitos generales de consumo a partir de ella.

La información observada en la Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en su edición de “Los Alimentos y las bebidas”, realizada en el año 2006 (que se constituye en el único estudio nacional de consumo aparente de alimentos representativo de los hábitos de consumo de toda la población uruguaya hasta la fecha), observa que la totalidad de la población uruguaya tiene como comportamiento de compra las siguientes características:

- Elevada cantidad de grasas y particularmente del tipo saturadas, sobrepasando los límites máximos compatibles con un adecuado nivel de salud.
- El consumo de colesterol se encuentra por encima de lo recomendado.
- Consumo de cantidades excesivas de ácidos grasos Omega 6, y una relación Omega 6 / Omega 3 elevada, lo que se ha demostrado que está asociado con enfermedades cardiovasculares, cáncer y enfermedades vinculadas a procesos inflamatorios e inmunitarios.
- Escaso consumo de frutas, verduras y pescado.

Por último, es importante mencionar que la Tarjeta Uruguay Social es una valiosa herramienta ya que contribuye directamente con varios de los principales objetivos del gobierno: tender a erradicar la indigencia, contribuir a reducir la pobreza a menos de un dígito, promover la seguridad alimentaria y nutricional, y disminuir las desigualdades al inicio de la vida; por lo que es un instrumento de inclusión, integración y dignidad.

IX.- Referencias Bibliográficas.

- Arim, R.; Cruces, G.; Vigorito A. (2009). *Programas sociales y transferencias de ingresos en Uruguay: los beneficios no contributivos y las alternativas para su extensión*. CEPAL, Series Programas Sociales; Santiago de Chile, Chile. Recuperado el 03 de marzo de 2012 en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/35285/sps146-LCL3002.pdf>
- Barboza, R. (2007). *Acceso a los alimentos en poblaciones vulnerables del Área Metropolitana del Uruguay. Avances en el acceso a los recursos. Situación actual y evolución de los precios*; Instituto Nacional de Alimentación, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social; Montevideo, Uruguay.
- Bove, M. (2008). Los alimentos y las bebidas en los hogares. ENGIH. INE Recuperado el 20 de junio de 2011 en: www.ine.gub.uy
- Monteiro, C. A. et al; *A new classification of foods based on the extent and purpose of their processing* en Cad. Saúde Pública; Rio de Janeiro, 26 (11):2039-2049, nov, 2010.
- FAO (1996) Declaración de Roma sobre la Seguridad Alimentaria Mundial. Cumbre Mundial sobre la Alimentación, 1996. Recuperado el 26 enero de 2012 en: <http://www.fao.org/docrep/003/w3613s/w3613s00.htm>
- Consejo Nacional Coordinador de Políticas Sociales (2007). *Plan de Equidad*. Montevideo, Uruguay. Recuperado el 03 marzo de 2012 en: http://www.mides.gub.uy/innovaportal/file/913/1/plan_equidad_def.pdf
- Presidencia de la República (2009). *Reporte Social 2009*. Montevideo, Uruguay. Recuperado el 03 marzo de 2012 en: http://www.mides.gub.uy/innovaportal/file/4571/1/reporte_social_2009.pdf
- Presidencia de la República (2012). *Reporte Social 2011*. Montevideo, Uruguay.
- Ministerio de Desarrollo Social (2009). *Lo que toda uruguaya y uruguayo debe saber sobre el MIDES*. Montevideo, Uruguay. Recuperado el 03 marzo de 2012 en: http://www.mides.gub.uy/innovaportal/file/2627/1/toda_uruguaya_y_uruguayo_mides.pdf

- Consejo Nacional Coordinador de Políticas Sociales (2007). *La Reforma Social*. La nueva matriz de protección social del Uruguay. Montevideo, Uruguay. Recuperado el 03 marzo de 2012 en: http://www.mides.gub.uy/innovaportal/file/14497/1/llamado_0154-2011_2_documento_reforma_social_aprobado_por_cnps.pdf
- Ministerio de Salud Pública, Dirección General de la Salud. *Manual para la promoción de prácticas saludables de alimentación en la población uruguaya*. Programa Nacional de Nutrición. Grupo Interinstitucional de Trabajo para las Guías Alimentarias Basadas en Alimentos de Uruguay. 2005.

X.- Anexos.

1. Marco Normativo.

- Convenio marco MIDES-MSP-MTSS (INDA)-ASSE, firmado el 1/10/09 f - Convenio interinstitucional que sigue duración de Licitación Pública N° 2007/51/11613 y sus sucesivas prórrogas.
- Convenio MIDES-MSP-ASSE-MTSS (INDA) con BROU. Convenio 1 año, prorrogable 3 veces por igual lapso. Se firmó el 3 de julio de 2009.
- Red Nacional de Comercios Solidarios: 751.
- Empresa proveedora de tecnología a dicha red: SCANNTECH (licitación efectuada por BROU) LP 2007/51/11613.
- Convenio MIDES MTSS-INDA sobre bases de datos. 2010.

2. Tabla de porcentajes de gasto de la totalidad de los artículos.

Categoría	Producto	Porcentaje en relación al total del gasto	Porcentaje en relación al gasto total en alimentos	Porcentaje en relación al total de cada categoría
Verde	Rubro Comestibles - Almacén	7,29%	9,91%	16,82%
Verde	Carnicería	7,28%	9,89%	16,78%
Verde	Fideos	4,06%	5,51%	9,35%
Verde	Aceite	3,77%	5,13%	8,70%
Verde	Frutas Y Verduras	3,77%	5,12%	8,69%
Verde	Arroz	2,94%	4,00%	6,78%
Verde	Salsa De Tomate	1,77%	2,40%	4,08%
Verde	Pan	1,72%	2,33%	3,96%
Verde	Pollo	1,62%	2,20%	3,73%
Verde	Harina	1,47%	2,00%	3,40%
Verde	Yogur	1,27%	1,72%	2,92%
Verde	Leche	0,95%	1,29%	2,18%
Verde	Leche Chocolateada	0,92%	1,26%	2,13%
Verde	Quesos	0,73%	0,99%	1,67%
Verde	Huevos	0,72%	0,98%	1,66%
Verde	Otros - alimentos grupo verde	0,67%	0,91%	1,54%
Verde	Leguminosas	0,57%	0,78%	1,32%

Verde	Atún	0,55%	0,75%	1,28%
Verde	Leche En Polvo	0,54%	0,73%	1,24%
Verde	Lácteos	0,19%	0,26%	0,44%
Verde	Polenta	0,18%	0,24%	0,41%
Verde	Pan Rallado	0,10%	0,14%	0,24%
Verde	Avena	0,07%	0,09%	0,16%
Verde	Panadería	0,05%	0,07%	0,13%
Verde	Almidón De Maíz	0,05%	0,07%	0,11%
Verde	Agua	0,04%	0,05%	0,09%
Verde	Granos	0,02%	0,03%	0,06%
Verde	Pescado	0,02%	0,02%	0,04%
Verde	Gofio	0,01%	0,01%	0,02%
Verde	Mazamorra	0,01%	0,01%	0,02%
Verde	Harina Fainá	0,01%	0,01%	0,02%
Verde	Fariña	0,01%	0,01%	0,01%
Verde	Bebida Láctea	0,00%	0,00%	0,01%
Verde	Pulpa De Tomate	0,00%	0,00%	0,01%
Verde	Farofa	0,00%	0,00%	0,00%
Verde	Sémola	0,00%	0,00%	0,00%
Verde	Salvado	0,00%	0,00%	0,00%
Verde	Hielo	0,00%	0,00%	0,00%
Verde	Germen De Trigo	0,00%	0,00%	0,00%
Verde	Verdura Congelada	0,00%	0,00%	0,00%
Verde	Semitin Trigo	0,00%	0,00%	0,00%
Verde	Fécula Mandioca	0,00%	0,00%	0,00%
Verde	Maíz Pop	0,00%	0,00%	0,00%
Verde	Maizena	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Azúcar	4,51%	6,14%	19,29%
Amarillo	Yerba	3,91%	5,32%	16,71%
Amarillo	Galletas	2,42%	3,29%	10,33%
Amarillo	Rotisería	1,34%	1,82%	5,71%
Amarillo	Postre De Leche	0,92%	1,25%	3,93%
Amarillo	Cocoa	0,79%	1,07%	3,36%
Amarillo	Enlatados	0,77%	1,05%	3,30%
Amarillo	Mayonesa	0,77%	1,04%	3,27%
Amarillo	Dulce De Leche	0,71%	0,97%	3,05%
Amarillo	Café	0,60%	0,82%	2,57%
Amarillo	Sal	0,53%	0,72%	2,26%
Amarillo	Grasa Vacuna	0,43%	0,59%	1,85%
Amarillo	Hamburguesas	0,41%	0,56%	1,77%
Amarillo	Dulce Membrillo/ Batata	0,40%	0,55%	1,72%
Amarillo	Condimentos	0,38%	0,51%	1,61%
Amarillo	Otros - alimentos grupo amarillo	0,36%	0,49%	1,54%
Amarillo	Helados	0,32%	0,44%	1,38%

Amarillo	Puré De Papas	0,31%	0,42%	1,33%
Amarillo	Polvo De Hornear	0,31%	0,42%	1,33%
Amarillo	Margarina	0,30%	0,41%	1,30%
Amarillo	Pastas Frescas	0,25%	0,35%	1,08%
Amarillo	Manteca	0,24%	0,33%	1,04%
Amarillo	Canasta De Productos	0,24%	0,33%	1,03%
Amarillo	Fruta Enlatada	0,22%	0,31%	0,96%
Amarillo	Jugos Envasados	0,19%	0,26%	0,82%
Amarillo	Gelatina	0,18%	0,24%	0,77%
Amarillo	Cereales Desayuno	0,15%	0,20%	0,62%
Amarillo	Tapas / Masas	0,13%	0,18%	0,56%
Amarillo	Levadura	0,13%	0,17%	0,54%
Amarillo	Té	0,13%	0,17%	0,53%
Amarillo	Mermelada	0,12%	0,17%	0,52%
Amarillo	Sopas	0,12%	0,16%	0,52%
Amarillo	Ketchup	0,10%	0,14%	0,43%
Amarillo	Congelados	0,09%	0,12%	0,38%
Amarillo	Salsas	0,07%	0,10%	0,32%
Amarillo	Azúcar Impalpable	0,06%	0,09%	0,28%
Amarillo	Mostaza	0,05%	0,07%	0,22%
Amarillo	Cebada	0,04%	0,06%	0,18%
Amarillo	Pizzas	0,03%	0,05%	0,15%
Amarillo	Edulcorante	0,03%	0,05%	0,15%
Amarillo	Agua Saborizada	0,03%	0,05%	0,14%
Amarillo	Aceitunas	0,03%	0,04%	0,13%
Amarillo	Bizcochuelo En Polvo	0,03%	0,04%	0,11%
Amarillo	Vinagre	0,03%	0,04%	0,11%
Amarillo	Crema De Leche	0,02%	0,03%	0,10%
Amarillo	Empanadas	0,02%	0,03%	0,09%
Amarillo	Coco Rallado	0,02%	0,02%	0,07%
Amarillo	Barrita De Cereales	0,02%	0,02%	0,07%
Amarillo	Miel	0,02%	0,02%	0,07%
Amarillo	Conservas	0,02%	0,02%	0,07%
Amarillo	Fruta Seca	0,01%	0,02%	0,06%
Amarillo	Pasta Congelada	0,01%	0,02%	0,06%
Amarillo	Nuggets	0,01%	0,02%	0,05%
Amarillo	Croquetas	0,01%	0,01%	0,03%
Amarillo	Corned Beef	0,01%	0,01%	0,03%
Amarillo	Albóndigas	0,01%	0,01%	0,03%
Amarillo	Leche Condensada	0,00%	0,00%	0,01%
Amarillo	Salsa Golf	0,00%	0,00%	0,01%
Amarillo	Frijos	0,00%	0,00%	0,01%
Amarillo	Salsa De Soja	0,00%	0,00%	0,01%
Amarillo	Capuchino	0,00%	0,00%	0,01%

Amarillo	Malta En Polvo	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Frutos Secos	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Alimento Bebe	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Bocaditos De Pollo	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Proteínas Sojas	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Cacao	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Semillas	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Aditivo	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Helado	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Malta Bebida	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Galletas De Arroz	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Pizza	0,00%	0,00%	0,00%
Amarillo	Frutas Enlatadas	0,00%	0,00%	0,00%
Rojo	Fiambres	2,51%	3,41%	36,93%
Rojo	Embutidos Y Achuras	0,69%	0,93%	10,10%
Rojo	Panchos	0,61%	0,83%	9,04%
Rojo	Jugos En Polvo	0,57%	0,78%	8,40%
Rojo	Snacks	0,40%	0,55%	5,94%
Rojo	Productos De Repostería	0,31%	0,42%	4,54%
Rojo	Chocolates	0,30%	0,41%	4,48%
Rojo	Caldos en cubo	0,25%	0,34%	3,72%
Rojo	Alfajores	0,23%	0,31%	3,38%
Rojo	Kiosko	0,20%	0,27%	2,88%
Rojo	Golosinas	0,19%	0,26%	2,80%
Rojo	Paté	0,14%	0,19%	2,09%
Rojo	Otros - alimentos rojo	0,10%	0,14%	1,54%
Rojo	Turrone	0,09%	0,12%	1,32%
Rojo	Biscochos	0,09%	0,12%	1,27%
Rojo	Papas Fritas	0,07%	0,10%	1,07%
Rojo	Confitados	0,01%	0,02%	0,20%
Rojo	Pop	0,01%	0,02%	0,19%
Rojo	Colorantes	0,00%	0,01%	0,07%
Rojo	Salsa Para Helados	0,00%	0,00%	0,04%
Rojo	Galletas Rellenas	0,00%	0,00%	0,00%
Azul	Jabón En Polvo	2,86%		14,09%
Azul	Shampoo/Acondicionador	2,59%		12,80%
Azul	Pañales	1,93%		9,53%
Azul	Desodorante	1,57%		7,76%
Azul	Papel Higiénico	1,52%		7,51%
Azul	Jabón De Tocador	1,33%		6,58%
Azul	Limpiadores	1,21%		5,97%
Azul	Art. Limpieza Hogar	1,18%		5,82%
Azul	Jabón En Barra	0,93%		4,60%
Azul	Detergente	0,91%		4,47%

Azul	Pasta Dental	0,74%		3,64%
Azul	Toallas Femeninas	0,71%		3,51%
Azul	Insecticida	0,44%		2,16%
Azul	Desodorante De Ambiente	0,33%		1,65%
Azul	Otros - artículos de limpieza	0,31%		1,54%
Azul	Perfume	0,26%		1,29%
Azul	Tocador	0,15%		0,73%
Azul	Suavizante Para Ropa	0,14%		0,68%
Azul	Cepillo Dental	0,12%		0,61%
Azul	Afeitadora	0,12%		0,57%
Azul	Set Afeitarse	0,12%		0,57%
Azul	Talco	0,11%		0,56%
Azul	Toallas Húmedas	0,10%		0,49%
Azul	Rubro Limpieza	0,08%		0,38%
Azul	Papel Absorbente	0,07%		0,36%
Azul	Jabón Líquido	0,07%		0,36%
Azul	Crema Humectante	0,05%		0,26%
Azul	Bolsas De Residuos	0,04%		0,17%
Azul	Set Baño	0,03%		0,16%
Azul	Enjuague Bucal	0,03%		0,16%
Azul	Cepillos Cabello	0,03%		0,15%
Azul	Servilletas	0,03%		0,13%
Azul	Repelente	0,02%		0,11%
Azul	Cera Pisos	0,02%		0,09%
Azul	Desinfectante Inodoro	0,02%		0,09%
Azul	Fijador Capilar	0,02%		0,09%
Azul	Cotonetes	0,01%		0,07%
Azul	Lustramuebles	0,01%		0,07%
Azul	Pañuelos	0,01%		0,05%
Azul	Tampones	0,01%		0,05%
Azul	Perfume Para Ropa	0,01%		0,03%
Azul	Incensos	0,01%		0,03%
Azul	Gel De Ducha	0,00%		0,01%
Azul	Jabón De Tocador Líquido	0,00%		0,01%
Azul	Hilo Dental	0,00%		0,01%
Azul	Espuma De Afeitarse	0,00%		0,01%
Azul	Limpieza	0,00%		0,00%
Azul	Sanitaria	0,00%		0,00%
Azul	Esponja Baño	0,00%		0,00%
Azul	Articulo Limpieza	0,00%		0,00%
Negro	Ropa	1,04%		17,36%
Negro	Artículos Escolares	1,00%		16,73%
Negro	Utensilios De Cocina	0,94%		15,73%
Negro	Zapatos	0,89%		14,81%

Negro	Juguetes	0,40%	6,67%
Negro	Belleza	0,27%	4,55%
Negro	Set De Mate	0,18%	3,07%
Negro	Mascotas	0,17%	2,91%
Negro	Art. Hogar	0,14%	2,36%
Negro	Iluminación	0,11%	1,79%
Negro	Otros - otros artículos	0,09%	1,54%
Negro	Ferretería	0,08%	1,34%
Negro	Farmacia	0,07%	1,18%
Negro	Artículos De Bebe	0,07%	1,15%
Negro	Rubro Servicios	0,07%	1,12%
Negro	Set De Cama	0,06%	1,01%
Negro	Electrodomésticos	0,05%	0,84%
Negro	Artículos De Cumpleaños	0,05%	0,76%
Negro	Super Gas	0,04%	0,65%
Negro	Artículos Navideños	0,03%	0,49%
Negro	Pilas	0,03%	0,48%
Negro	Encendedores / Fósforos	0,02%	0,36%
Negro	Velas	0,02%	0,36%
Negro	Articulo Lluvia	0,02%	0,30%
Negro	Accesorio Cabello	0,02%	0,29%
Negro	Rubro Bazar	0,02%	0,28%
Negro	Toallas	0,02%	0,27%
Negro	Envíos Domicilio	0,02%	0,26%
Negro	Rubro Papelería	0,01%	0,18%
Negro	Papelería	0,01%	0,17%
Negro	Recarga De Celulares	0,01%	0,17%
Negro	Libros	0,01%	0,13%
Negro	Zafra	0,01%	0,10%
Negro	Leña	0,01%	0,09%
Negro	Pomada De Zapatos	0,01%	0,09%
Negro	Prod.Auto	0,01%	0,09%
Negro	Alcohol Rectificado	0,00%	0,05%
Negro	Art. Vehículos	0,00%	0,05%
Negro	Set Coser	0,00%	0,03%
Negro	Estuches / Necessaire	0,00%	0,03%
Negro	Set Lluvia	0,00%	0,03%
Negro	Tendedero	0,00%	0,03%
Negro	Preservativos	0,00%	0,02%
Negro	Combustible	0,00%	0,02%
Negro	Protector Solar	0,00%	0,02%
Negro	Cotillón	0,00%	0,01%
Negro	Rubro Perfumería	0,00%	0,01%
Negro	Set De Baño	0,00%	0,00%

Negro	Rubro Otros	0,00%	0,00%
Negro	Linternas	0,00%	0,00%
Negro	Algodón	0,00%	0,00%
Negro	Set De Coser	0,00%	0,00%
Negro	Rubro Zafra	0,00%	0,00%
Negro	Pago Servicio	0,00%	0,00%
Negro	Fletes	0,00%	0,00%
Negro	Bazar	0,00%	0,00%
Negro	Juguetería	0,00%	0,00%
Negro	Rubro Mascotas	0,00%	0,00%
Marrón	Refrescos	0,16%	89,02%
Marrón	Vino	0,00%	2,75%
Marrón	Cigarrillos	0,00%	2,18%
Marrón	Sidra	0,00%	1,15%
Marrón	Whisky	0,00%	1,15%
Marrón	Cerveza	0,00%	0,84%
Marrón	Bebida Alcoholicas	0,00%	0,82%
Marrón	Vermouth	0,00%	0,53%
Marrón	Tabaco	0,00%	0,48%
Marrón	Grappa	0,00%	0,46%
Marrón	Malta	0,00%	0,19%
Marrón	Aperitivo	0,00%	0,09%
Marrón	Licor	0,00%	0,08%
Marrón	Hojillas	0,00%	0,08%
Marrón	Gin	0,00%	0,03%
Marrón	Ron	0,00%	0,03%
Marrón	Aperitivos	0,00%	0,03%
Marrón	Energizante	0,00%	0,02%
Marrón	Vodka	0,00%	0,02%
Marrón	Caña	0,00%	0,02%
Marrón	Fernet	0,00%	0,01%
Marrón	Espinillar	0,00%	0,01%
Marrón	Piña Colada	0,00%	0,01%
Marrón	Medio Y Medio	0,00%	0,01%
	Total	100,00%	